

Hans J. Wulff

Situationalität: Methodische Vorbemerkungen zur Analyse von GLÜCKSRAD-Exemplaren

Eine erste Fassung dieses Artikels erschien in: *Fernsehsows: Form- und Rezeptionsanalyse*. Hrsg. v. Hans-Otto Hügel u. Eggo Müller. Hildesheim: Universität Hildesheim 1993, S. 120-124 (= Medien und Theater. 1.).

URL der Online-Fassung: <http://www.derwulff.de/2-41>

1. Pragmatik

Unter der *pragmatischen Analyse* von audiovisuellen Texten werde ich hier im weiteren Sinne die Beschreibung und Analyse der Formen und der Art und Weisen, wie Texte mit Zuschaueraktivitäten verwoben sind, verstehen. Eine *Pragmatik des Fernsehens*, die vom Fernsehtext und nicht vom empirischen Rezipienten aus orientiert ist, ist meines Wissens bislang vor allem als die Untersuchung der fernsehtextinternen und -externen Diskursstrukturen verstanden worden (wie die verschiedenen Entwürfe von John Fiske [vgl. insbes. 1987]). Das folgende versucht, an dem in der semiotischen [1], insbesondere der texttheoretischen Theorie [2] fundamentalen Begriff der "Situation" anzusetzen und zu skizzieren, mit welchen Größen man es dann zu tun hat und wie einige Fragen aussehen, die sich einer *Analyse* stellen, die an einem solchen theoretischen Zugang orientiert ist.

Eine derartig unter dem *Leitbegriff* "Situationalität" verstandene pragmatische Analyse des Fernsehens kann den Gegenstand unter zwei verschiedenen Art und Weisen gliedern:

- (1) Zum einen gilt es, die verschiedenen semantischen und kommunikationssoziologischen *Rahmen* zu untersuchen, die in der signifikativen Konstellation des Fernsehens realisiert sind und die sich auf Grund solcher Eigenschaften wie Referenz, Adressierung, (diegetische) Geschlossenheit, Multitextualität usw. unterscheiden lassen.
- (2) Zum anderen lassen sich die Aktivitäten von Zuschauern je nachdem, was die Bezugsgröße ist, von der aus "Aktivität" betrachtet wird, gliedern in mindestens drei *Typen der Interaktion von Zuschauern mit Fernsehen oder Fernsehtexten*; als relevante Bezugsgrößen werden dabei die Struktur des Textes, die (ökologische) Alltagswelt des Zuschauers und der kulturelle Rahmen "Ideologie" gesetzt.

2. Situationale Rahmen

Situationalität soll hier als eine fundamentale Eigenschaft von Fernsehkommunikation angesehen werden. Dabei hat man es mit *situationalen Rahmen von verschiedenem Typ* zu tun, die ich - ganz heuristisch - für Konstitutiva des Fernsehtextes annehme.

(a) Der umfassendste Rahmen in der pragmatischen Analyse der Fernsehkommunikation ist die *mediale Konstellation* genannte Vorformatierung von kommunikativen Rollen in einem apparativen Dispositif wie dem Fernsehen (vgl. Wulff 1993a). Bezogen auf die GLÜCKSRAD-Untersuchung wären hier alle Elemente zu untersuchen, die auf die Tatsache, daß der Text "im Fernsehen" ist, Bezug nehmen - von der Senderkennung im Bild über die Genre-Kennzeichnung "Dauerwerbesendung" bis hin zur Verwendung von Schriften, Titel-Sequenzen, Ansagen usw.

(b) Einzelne Sendeformate bilden wiederum eigene Situationen aus, die in zwei verschiedenen Dimensionen organisiert sind: zum einen wird der *Zuschauer* in eine "textuelle Situation" einbezogen (durch Adressierung, Anspielung, Aktivierung, Raumkonstruktion, Licht, Bühnengliederung etc.); zum anderen wird eine Studiosituation dazu genutzt, den Text als "im Medium Fernsehen stehend" zu vermitteln (dazu s. unten, [c]). Unter dem Aspekt der "textuellen Situation" [Rahmen b] wäre die Öffnung des Handlungsraums zur Kamera hin genauso zu untersuchen wie die Tatsache, daß der Text in manchen Phasen offenbar gerafft ist - was begründet werden kann in der Geltung eines Relevanzkriteriums, das Teil des kommunikativen Kontrakts zwischen dem Text und dem Zuschauer ist und das z.B. in jenen Sequenzen realisiert ist, in dem Gewinner-Kandidaten ihre Warenauswahl präsentieren.

(c) Es wird oft eine *Studiosituation* installiert, in der sich Personen vor der Kamera in Bezug aufeinander und auf die Kamera verhalten [3]. Zu den situativen Charakteristika von GLÜCKSRAD zählen z.B. die Hilfen und Geschenke, die die Kandidaten untereinander

der austauschen. Schließlich ist es von der Situation und der die Situation beherrschenden Aufgaben abhängig, welche Eigenschaften und Fertigkeiten ein Kandidat haben sollte, der erfolgreich mit der Situation umgehen kann.

Diese Hierarchie von Situationen [a-c] kann insbesondere auf dem Niveau des Dramaturgischen [b] und des Profilmischen [c] weiter ausdifferenziert und kompliziert werden. Insbesondere können hier *eingebettete Situationen* auftreten. Die Studiosituation [b] dient so als ein *Rahmen*, in dem abhängige Texte platziert werden können (die wiederum ihre eigenen Adressierungsformen haben usw.). Sie ist für eine jeweilige Show als *ritualisierter Situationstyp* anzusehen, insofern sie die typischen dramaturgischen und szenischen Komponenten der Show enthält einschließlich der Spiel-, Durchführungs- und Interaktionsmodalitäten und damit zugleich die (pragmatischen oder kommunikationssoziologischen) Eingangs- bzw. Teilnahmebedingungen für Akteure [4]. Diesem Situationstyp gegenüber steht die jeweilige Ausgabe ("issue") der Show, die die typischen Elemente der Show realisiert, darüber hinaus aber eine ganze Reihe von spezifischen Komponenten, Themen, Anspielungen usw. enthält, die mit den Interaktionen der jeweils besonderen Teilnehmer ins Spiel gebracht werden.

3. Funktionalisierungstypen

Nun ist die Beschreibung situationaler Rahmen eine Aufgabe der Texttheorie der Fernsehshow und befaßt sich nicht eigentlich mit den Aktivitäten von Zuschauern, sondern vielmehr mit den textuellen Bedingungen für die Konstitution von Bedeutung, die schließlich in konkreten Akten in der Rezeption vollzogen wird. Die Wechselbeziehung zwischen textuellen Strukturen des audiovisuellen Textes und den Aktivitäten und Interpretationen von Zuschauern läßt sich in drei verschiedene Typen von Funktionalisierungsbeziehungen und darauf bezogene Beschreibungsmethoden und -techniken gliedern: (a) Verstehensoperationen am Text; (b) ökologische Beziehungen zum Text und zum Medium; (c) ideologische Funktionen.

(1) *Text*: Formale Eigenschaften und Elemente von Texten (einschließlich solcher struktureller Formate wie "Suspense", "Modalitäten der Adressierung", "Markiertheit von Segmenten und Transitionen" usw.) werden als *informationelle Struktur* angesehen,

die dem Textverstehen zugrunde liegen. Diese informationelle Struktur bildet einerseits das Material, aus dem der Zuschauer eine kognitive Repräsentation des Textes entwickelt; andererseits ist sie als ein Mittel in jene Prozesse eingebunden, die textuelle Bedeutung produzieren. -- Das von David Bordwell vorgeschlagene Programm einer kognitiven Theorie des Films (bzw. des Filmverstehens) kann als die Exposition dieses Teils der pragmatischen Analyse angesehen werden.

(2) *Ökologie*: Audiovisuelle Texte sind eingebunden in das natürliche Environment des Zuschauers. *Ökologische* Ansätze müssen Modelle entwickeln, die den Mediengebrauch selbst, die im Gebrauch von Medien artikulierten Bedeutungen und die durch den Gebrauch von Medien vollzogenen Handlungen im jeweiligen sozialen Umfeld beschreiben und erklären können. -- Der u.a. von James Lull vertretene "rules approach" ist ein Versuch, der diese Bezüge der pragmatischen Analyse zu erfassen versucht. Ein Teil der medienökologischen Beschreibung muß sich darauf beziehen, wie Strukturen audiovisueller Texte, Apparaturen und Kommunikationen dazu benutzt werden, solche sozialpsychologischen Kategorien wie "Erfahrung" und "Identität" zu konstituieren.

(3) *Ideologie*: Audiovisuelle Texte sind kulturelle Texte; Medien sind kulturelle Institutionen. *Diskursmodelle* versuchen zu zeigen, wie Medien und kulturelle Prozesse miteinander zusammenhängen. Dabei wird mit solchen signifikativen Modalitäten wie Reflexivität, indirekte Thematisierung oder Exemplifikation gearbeitet. -- John Fiskes Modell einer "Television Culture" kann wiederum als ein Beispiel für derartige funktionsorientierte Untersuchungen der pragmatischen Bindungen audiovisueller Texte bzw. der audiovisuellen Kultur stehen. Ein anderer Entwurf ist von Newcomb & Hirsch vorgelegt worden, die Fernsehen als "kulturelles Forum" aufzufassen versuchten.

Wollte man dieses Modell auf die GLÜCKSRAD-Analyse anwenden, ließen sich so verschiedene Aspekte benennen und einzeln modellieren, die zwar miteinander zusammenhängen, die aber relativ unabhängig voneinander beschrieben werden können (*Textstrukturen*: von der Jahrmarktverlosung zum Warenhauskatalog; das Beziehungsgefüge der Personen einschließlich gegenseitiger Tröstung; etc. *Ökologie*: die Praxis des Kreuzworträtsels; Mitraten; Auswahlkriterien für Waren; etc. *Ideologie*: Warenwelt, Konsumismus, Orientierungsverhalten; etc.).

Anmerkungen

[1] Vgl. dazu grundlegend Malinowskis Überlegungen sowie die Taxonomien sprachlicher Funktionen, wie sie von Jakobson, Kainz, Bühler und anderen aufgestellt worden sind; einen zusammenfassenden kritischen Überblick gibt Gröschel 1983. Einen Versuch, das aus der Sprachtheorie stammende Funktionskonzept auf Fernsehanalyse anzuwenden, stellt mein Versuch dar, "Phatikalität" als elementare Komponente der Fernsehkommunikation zu beschreiben (Wulff 1993a).

[2] Robert de Beaugrande z.B. listet "situationality" unter die "standards of textuality" bzw. Textualitätskriterien Kohäsion, Kohärenz, Intentionalität, Akzeptabilität, Inter textualität und Informativität; vgl. de Beaugrande (1980, 19-20) und de Beaugrande & Dressler (1981, 169-187): "Situationality subsumes the factors that make a text relevant to a current or recoverable situation. The text figures as an action that can both monitor and change the situation. [...] The scope of situationality always implies the roles of at least two communicative participants, but they may not enter the focus of attention as persons" (de Beaugrande 1980, 20).

[3] Man könnte Souriaus Begriff des "Profilmischen" hier bemühen und diese Situationen entsprechend die "profilmische" bzw. "protelevisionäre Situation" nennen. Es sollte betont werden, daß die Studiosituation nicht einfach nur die vorfilmische Situation ist (was Souriau das "Afilmische" genannt hat), sondern daß das Handeln von Personen auf dieser Ebene von Situationalität die Anwesenheit der Kamera berücksichtigt und reflektiert. Wenn also ein medieninkompetenter "Mann von der Straße" beim Interview nicht auf die Kamera hin operiert, zeigt die Fehlleistung genau die Bruchstelle zwischen "afilmscher" und "profilmscher" Situation; vgl. dazu neuerdings Kessler 1991. Auch Ludger Kaczmarek spielt auf diese Unterscheidung an, wenn er nicht von "Situationalität", sondern vielmehr von "Repräsentationssituationalität" spricht (in diesem Band).

[4] Ich habe an anderer Stelle zu zeigen versucht, daß die Eingangsbedingungen von Shows sowohl die sozialen Bedeutungen, die in Shows benutzt werden, wie das Rol-

lengefüge der beteiligten Akteure wie auch das 'kommunikative Vertrauen', das insbesondere Kandidaten in eine Show-Situation investieren müssen, umfassen; vgl. Wulff 1993b; zum zentralen Stichwort 'kommunikatives Vertrauen' vgl. Juchem 1990.

Literatur

de Beaugrande, Robert (1980) *Text, discourse, and process*. Norwood, N.J.: Ablex.

--- / Dressler, Wolfgang (1981) *Einführung in die Textlinguistik*. Tübingen: Niemeyer (Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft. 28.).

Fiske, John (1987) *Television culture*. London/New York: Routledge.

Gröschel, Bernhard (1983) Sprachliche Kommunikation und Sprachfunktionen. In: *Kommunikation, Funktion und Zeichentheorie. Zur Terminologie der Semiotik*. 3. Hrsg. v. Klaus D. Dutz u. Hans J. Wulff. Münster: MAkS Publikationen, S. 15-45 (Papiere des Münsteraner Arbeitskreises für Semiotik. 15.).

Juchem, Johann G. (1990) *Kommunikation und Vertrauen: Ein Beitrag zum Problem der Reflexivität in der Ethnomethodologie*. Aachen: Alano/Rader Publikationen (Aachener Studien zur Semiotik und Kommunikationsforschung. 20.).

Kessler, Frank (1991) Het profilmsche en het afilmische. Kanttekeningen bij twee filmologische begrippen. In: *Versus*, 2, S. 104-110.

Wulff, Hans J. (1993a) Phatische Gemeinschaft / Phatische Funktion: Leitkonzepte einer pragmatischen Theorie des Fernsehens. In: *Montage/AV* 2,1, 1993, S. 142-163.

--- (1993b) Situationalität, Spieltheorie, kommunikative Konstellation: Bemerkungen zur pragmatischen Fernseh-Analyse. In: *Fernseh-Analyse*. Hrsg. v. Knut Hickethier. Heidelberg: Winter 1993.